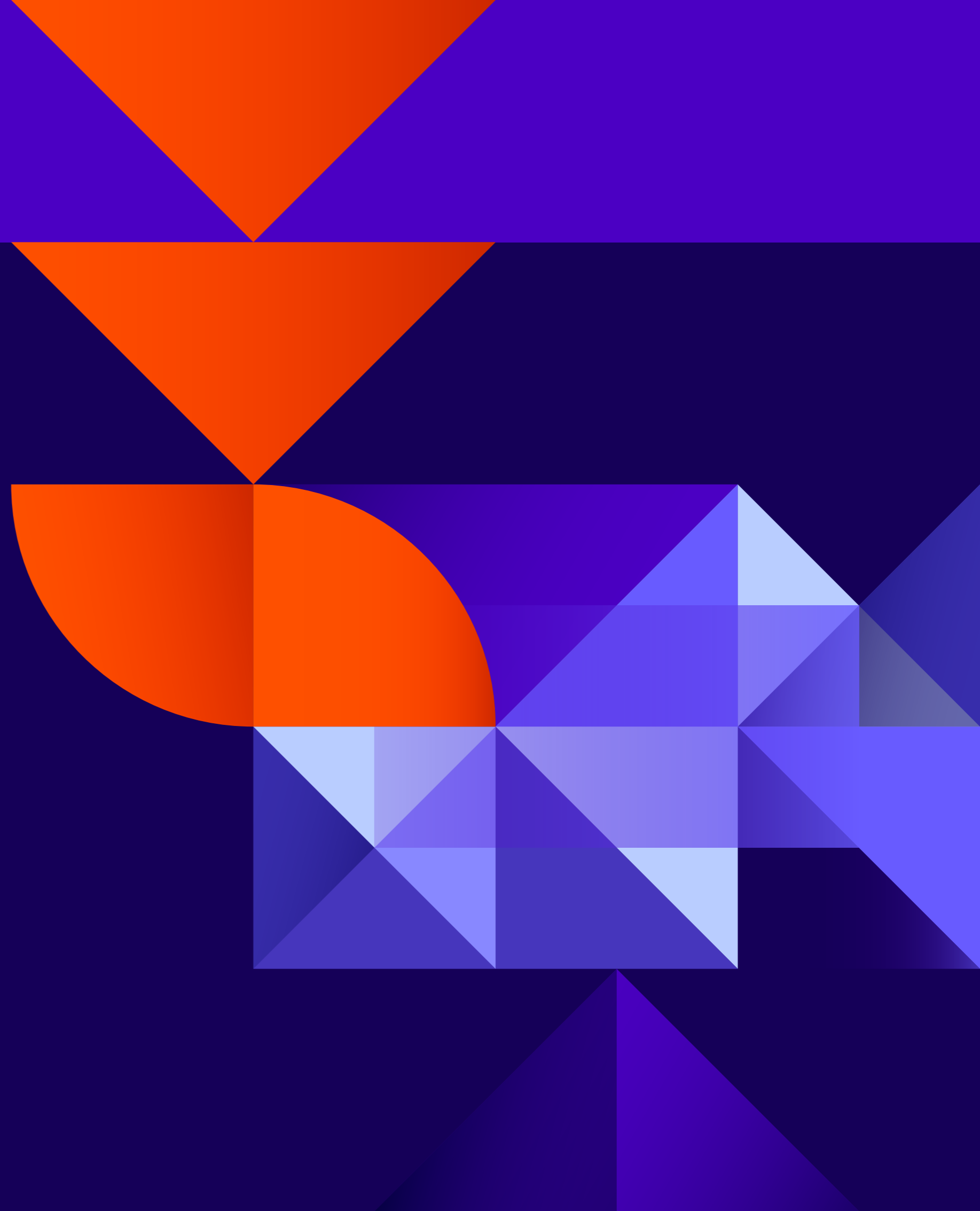


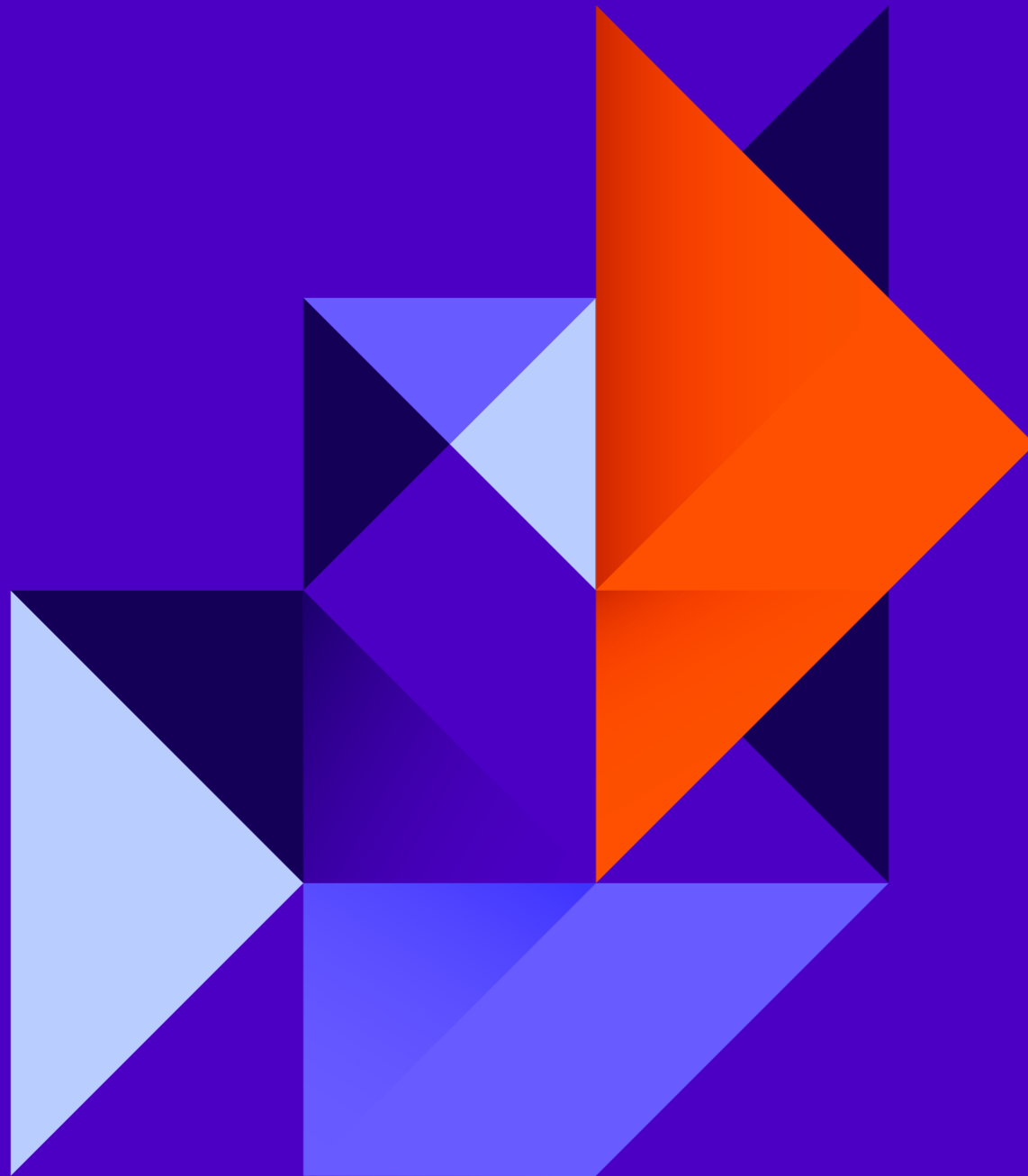
4 PACK

Supera i 5 ostacoli comuni che ti separano dal successo.

La mini-guida del marketer Food & Beverage per lanciare un prodotto sul mercato.



Come superare i 5 ostacoli comuni che impediscono di portare il tuo prodotto al consumatore



Di cosa parliamo:

Se sei il marketer di un'azienda Food & Beverage alla disperata ricerca di un processo di lancio e aggiornamento del prodotto più fluido, rapido e sicuro, questa mini guida è per te.

Ti spieghiamo il motivo per cui pensiamo che il processo sia bloccato e che cosa puoi fare per risolverlo.

La tua competenza è il capitale innovativo della tua azienda.

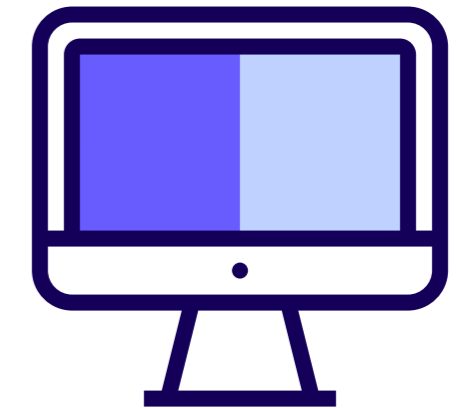
Come marketer nell'industria Food & Beverage sai cosa stai portando in tavola. La tua conoscenza profonda del mercato e dei bisogni dei consumatori, è fondamentale per il successo dell'azienda.

Utilizza questa expertise per informarti sugli aggiornamenti dei prodotti esistenti e sullo sviluppo di nuovi prodotti. Usala per costruire piani commerciali e ottimizzare le strategie di prezzo e di promozione. Ti aiuta a realizzare progetti che soddisfano la tua attività, i rivenditori e cosa più importante, il consumatore finale.

Accidenti. Pensavi che l'azienda avrebbe steso un tappeto rosso per accoglierti al mattino. Ma purtroppo non è così.

Infatti, il Marketing è uno dei ruoli più difficili nel processo di lancio del prodotto e di aggiornamento.

Pensaci: nessun'altra funzione è coinvolta dall'inizio alla fine. Dalla campionatura dei prototipi alla determinazione dei costi e conformità, dal briefing del packaging alla scadenza di stampa, dalla prima idea alla campagna pubblicitaria. Come se non bastasse, di solito gestisce l'intera faccenda. Ed è la combinazione tra la supervisione e l'attenzione ai minimi dettagli che rende il tuo lavoro così incredibilmente intenso.



Uno sguardo più da vicino a 5 sfide comuni per una gestione fluida del progetto.

In questi anni in cui abbiamo lavorato con i produttori di Food & Beverage, ci siamo sempre imbattuti negli stessi 5 ostacoli che impediscono al marketer di concentrarsi sul proprio lavoro. Diamo un'occhiata più da vicino:

1. Passi troppo tempo a raccogliere informazioni.

Sei costantemente alla ricerca di informazioni sui prodotti, specifiche di imballaggio, dettagli sui fornitori. Inoltre, una volta in possesso dei dati, è difficile verificare che si tratti effettivamente della versione più recente e approvata.

2. Non hai visibilità dello stato del progetto.

Ti è stato richiesto di gestire l'intero processo, ma non riesci ad avere una traccia di dove si trovano i dati. Con figure diverse che lavorano sui propri sistemi (che, diciamolo, sono principalmente fogli di calcolo), non hai modo di sapere cosa sta succedendo.

Il che significa che non è possibile usare l'artiglieria pesante per risolvere un problema in anticipo, prima che si aggravi.

“It’s the lack of visibility that’s the biggest challenge. A single point of failure can blow the whole thing”

Lauren M.

Food & Beverage marketer

3. Stai procedendo manualmente.

Torniamo per un secondo a quei sistemi disparati. Dal momento che non sono fatti per parlare tra di loro, una quantità enorme di tempo va persa nella riscrittura degli stessi dati, con il rischio di generare errori. Poi, quando hai finito, devi identificare le persone successive nel processo e inviare via e-mail il progetto, sperando che lo prendano in carico.

In alcune aziende, fino al 40% del tempo dei dipendenti è sprecato per il doppio inserimento dati.

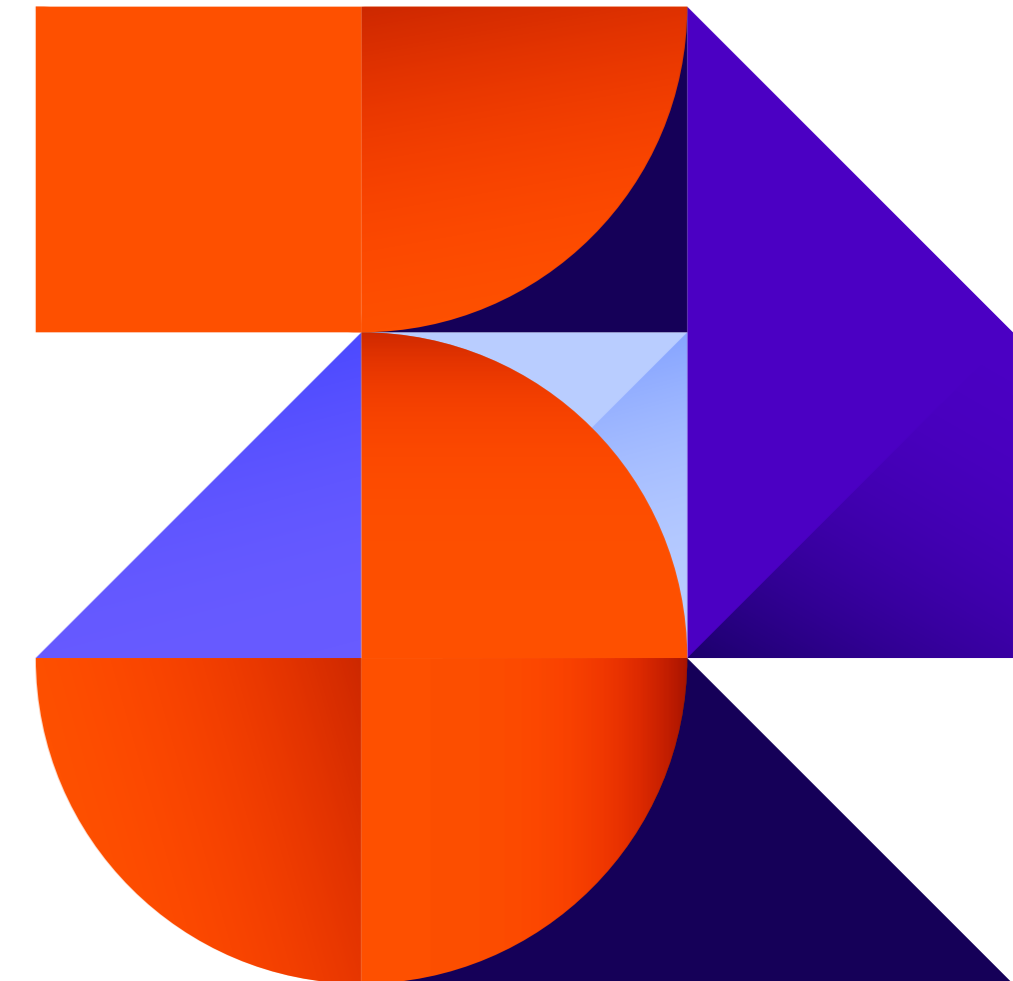
4. Le cose cambiano fino all'ultimo minuto.

Diciamo solo che le cose non sono esattamente lineari, vero? Modifiche, ad esempio, alle informazioni sui prodotti o alle indicazioni sulla salute, possono verificarsi fino a un istante prima di andare in stampa. Questo è un terreno fertile per gli errori dell'ultimo minuto che potrebbero compromettere qualsiasi tipo di scadenza, la sicurezza dei consumatori o la conformità.

5. Per questo devi compensare gli eventuali ritardi che si sono verificati.

Infine, poiché sono tue la responsabilità di avviare la produzione, contattare i fornitori, controllare la programmazione di stampa, è anche compito tuo eliminare l'effetto a catena che qualsiasi problematica precedente può aver causato.

Tutto questo non è giusto? Vai a spiegarglielo! Insieme, questi cinque ostacoli rendono difficile gestire il processo di innovazione nel Food & Beverage. Essi creano un notevole spreco di tempo e risorse e sono piuttosto rischiosi anche per il tuo business.



I 4 principi per un flusso di lavoro end-to-end di successo.

Ma - e pensiamo che questa notizia ti piacerà
- sono completamente evitabili.

C'è un modo più veloce, efficiente e sicuro
per consegnare un prodotto pronto per
lo scaffale. È assolutamente conveniente
per la maggior parte delle aziende.

Ma richiede un ripensamento fondamentale
del modo in cui si procede con l'innovazione
di prodotto. Ecco come si presenta:



Principio #1:

È un processo agile, prendiamone atto

Tutto inizia riconoscendo che il processo di innovazione è iterativo. Ciò significa che è necessario costruire quanta più “capacità di agire” possibile. Questo significa dare la possibilità agli approvatori di cambiare un artwork direttamente nel sistema, o permettere loro di reimpostare un progetto per un altro controllo di conformità. In sostanza, tutto ciò che serve per procedere agili.

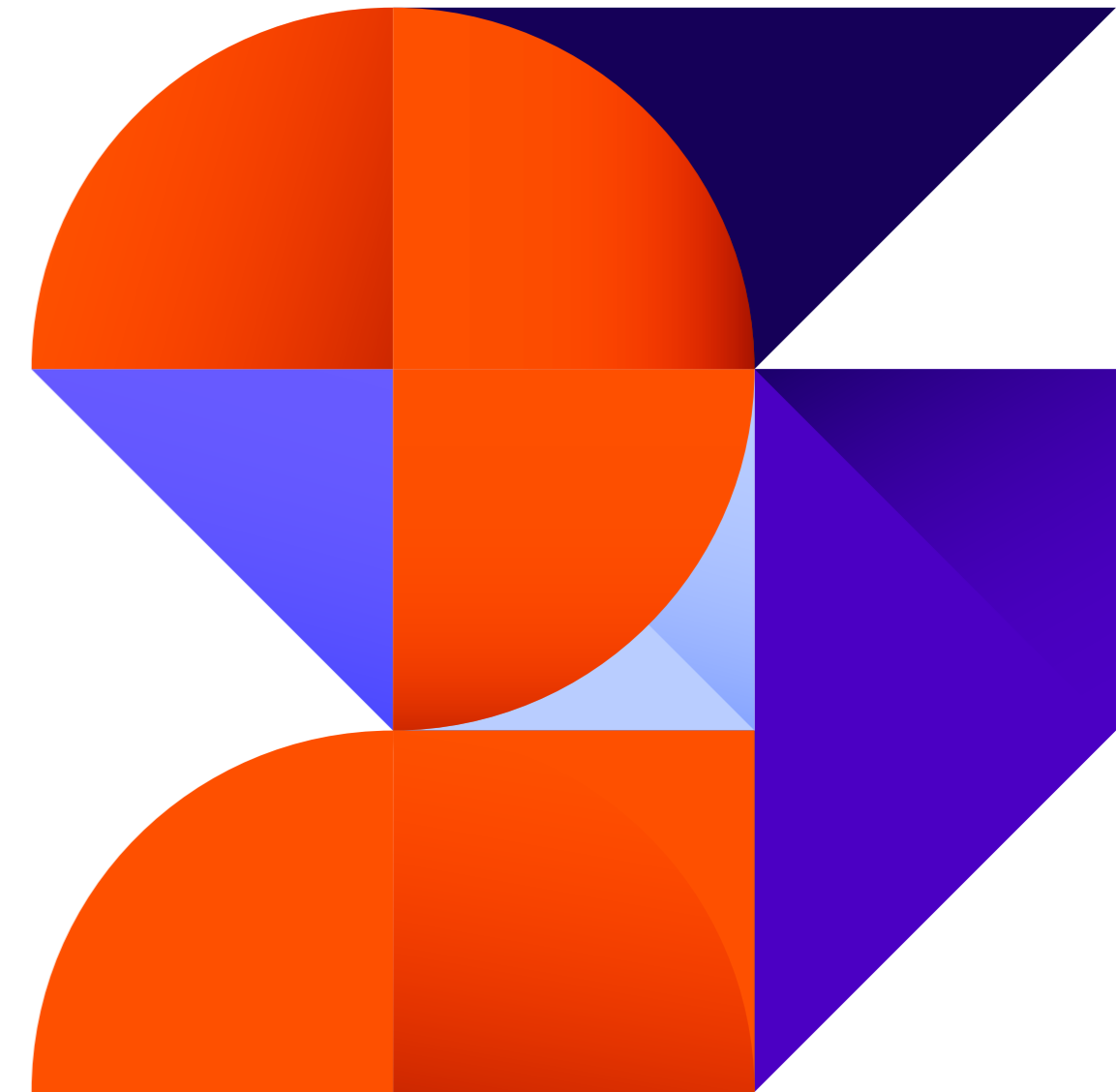
Principio #2:

distruggere i silos di informazioni

L'innovazione di prodotto coinvolge decine di dipartimenti e partner esterni. Se permettiamo a ciascuno di loro di costruire la propria piccola visione del progetto, moltiplichiamo una situazione già complessa. Invece, questo processo ha bisogno di un unico punto di verità - uno strumento centrale che permette a tutti gli stakeholder di collegarsi e lavorare all'interno dello stesso sistema.

Tale piattaforma fornirà dati aggiornati e accurati, stabilirà flussi di lavoro concordati e collaudati e darà a tutti i soggetti coinvolti visibilità di ciò che sta accadendo, in qualsiasi momento. (Pulito, eh?)

È importante che sia impostato in modo tale da permettere a chiunque di collaborare, senza eccezioni: reparti interni e partner esterni come laboratori, fornitori, agenzie. Affinché questo funzioni, dovrebbe essere basato su cloud e avere una gestione granulare dei permessi (per definire chi può cambiare cosa).



Principio #3:

Dedicarsi completamente al digitale.

Ciò è strettamente collegato al principio di cui sopra. Tutte le informazioni devono essere digitali. È l'unico modo per evitare la duplicazione dei dati e garantire che tutti lavorino sempre sulla versione più recente. Riduce drasticamente gli errori. Permette inoltre a tutti di accedere e utilizzare i dati attraverso tutti i canali e di trasmetterli nel formato di cui hanno bisogno (per l'uso online, imballaggi, brochure, syndication...).

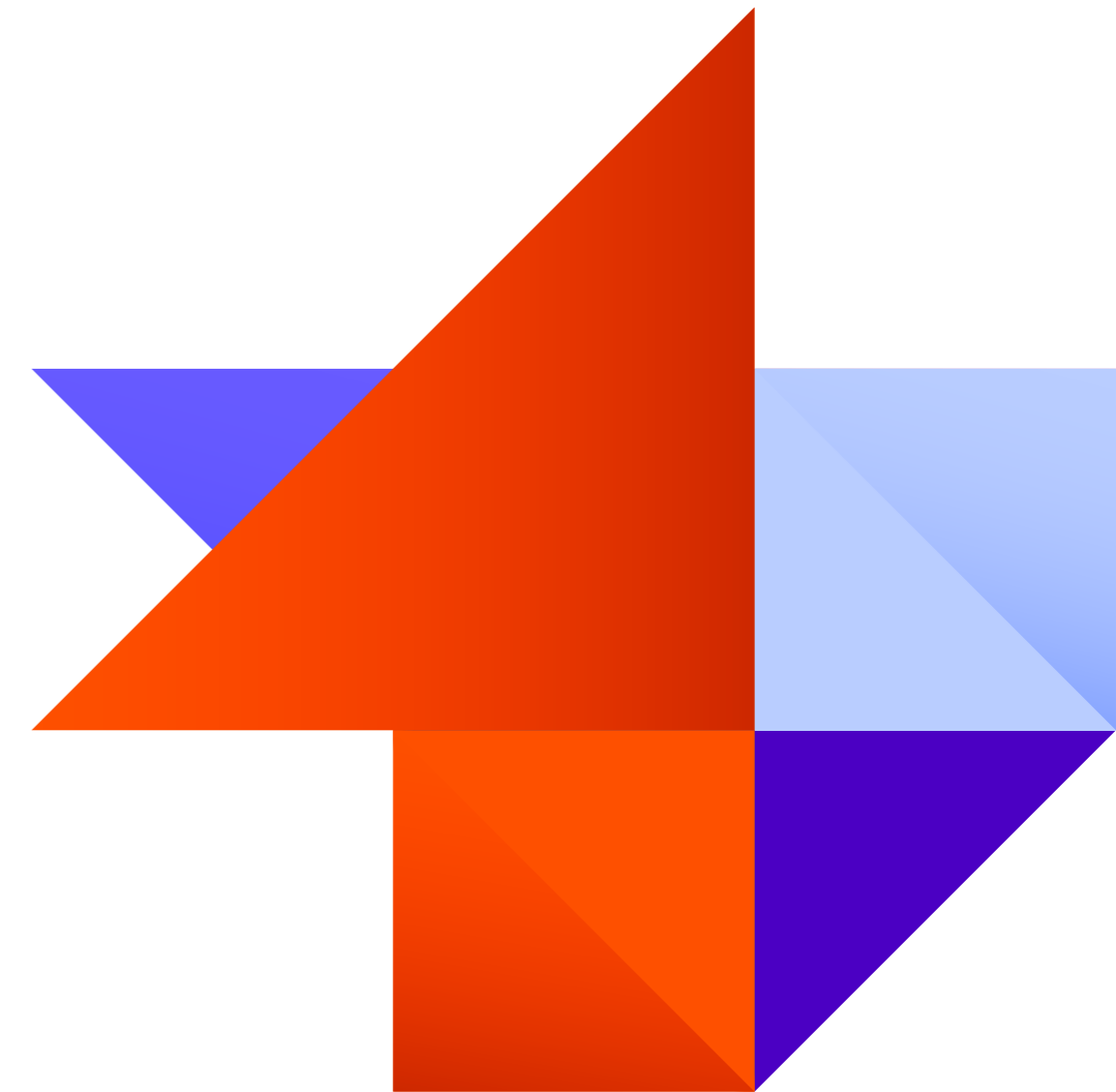
Un curioso effetto collaterale: lavorare da un unico strumento digitale rende l'intero processo tracciabile (e crea audit trail digitali automatici per la conformità!). E questo aumenta enormemente la responsabilità di ogni persona coinvolta.

Principio #4:

Automatizzare e standardizzare i flussi di lavoro.

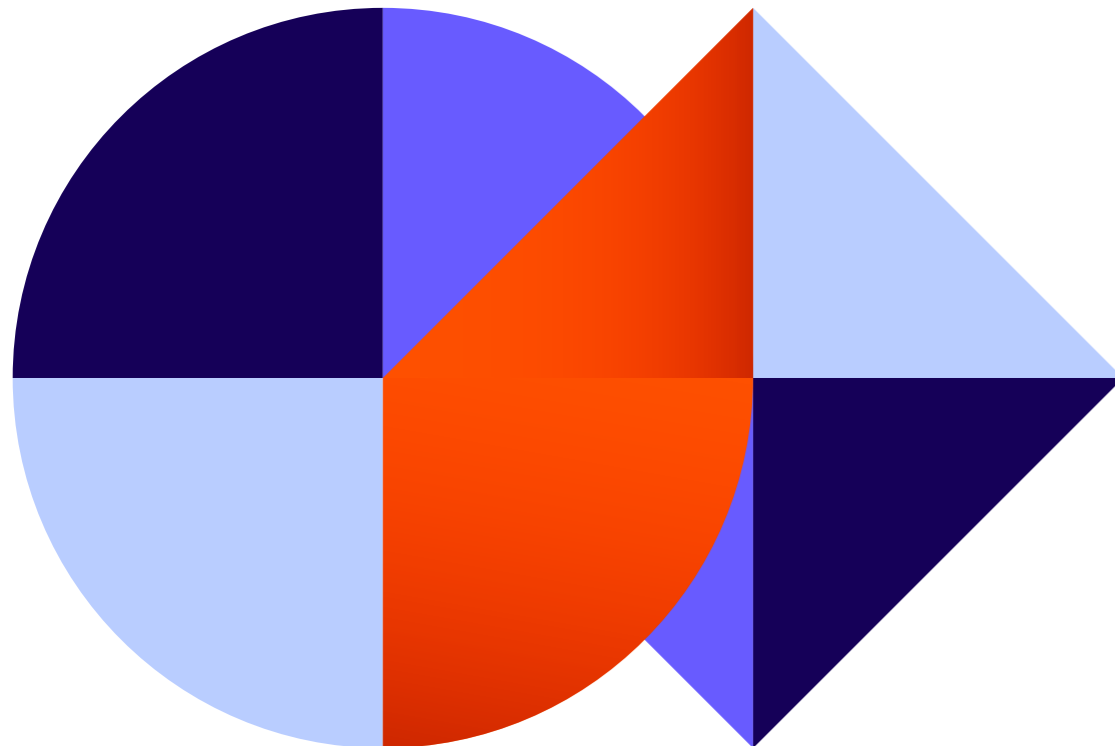
Non si tratta solo di informazioni, abbiamo bisogno anche di flussi di lavoro digitali. Questo non solo elimina l'e-mail (meno male!), ma standardizza anche il modo in cui le cose vengono fatte nella tua azienda, ad esempio, chi viene coinvolto e in quale momento. Naturalmente, questi flussi di lavoro devono essere personalizzabili (vedi il nostro punto sull'agilità di cui sopra), in modo da poter integrare i controlli necessari per un processo di innovazione sicuro e accurato. Ma, cosa ancora più importante, devono essere automatizzati, in modo che una volta completata una fase, il sistema sposta il progetto alla fase successiva. Magia? Quasi.

Ci sono altre cose su cui riflettere, ma riteniamo che queste siano praticamente l'essenziale. Non sono imprese spaziali, ma sono incredibilmente impattanti. Aggiustale una volta, e credici, non riconoscerai più il tuo lavoro (in senso buono!).



Sembra fantastico. Ora, come ci arrivo?

È una bella domanda.
Beh, ci sono due percorsi:



1. Alcune aziende del Food & Beverage cercano di costruire i propri sistemi di gestione. Anche se possono risolvere alcuni dei problemi di cui sopra, sono abbastanza costosi da sviluppare e mantenere e non hanno le funzionalità di uno strumento studiato per un intero settore ma funzionale solo per una singola azienda.
2. Altri valutano l'acquisto di una soluzione già esistente. Ovviamente, è quello che raccomandiamo anche noi. Fai una lista delle tue priorità e dei vantaggi previsti, vedi come si incastrano e quanto potrebbe essere conveniente.

1° suggerimento: la cosa migliore per ottenere il budget dall'amministrazione è mostrare come un tale strumento renderà la vita più facile per tutti, non solo per il proprio reparto.

2° suggerimento: se puoi dimostrare il risparmio sui costi, l'aumento della produttività, la maggiore precisione e la riduzione del rischio che un tale sistema può generare - in numeri e percentuali, sei a metà strada.

(Quando sei pronto, possiamo darti una mano).

Alcuni dei nostri clienti hanno riscontrato:

- **Una Riduzione dei costi del 90%**
- **- Il 50% più veloce nel time-to-market**
- **- Gli Aggiornamenti del packaging più veloci dell'80%**



We're 4Pack.

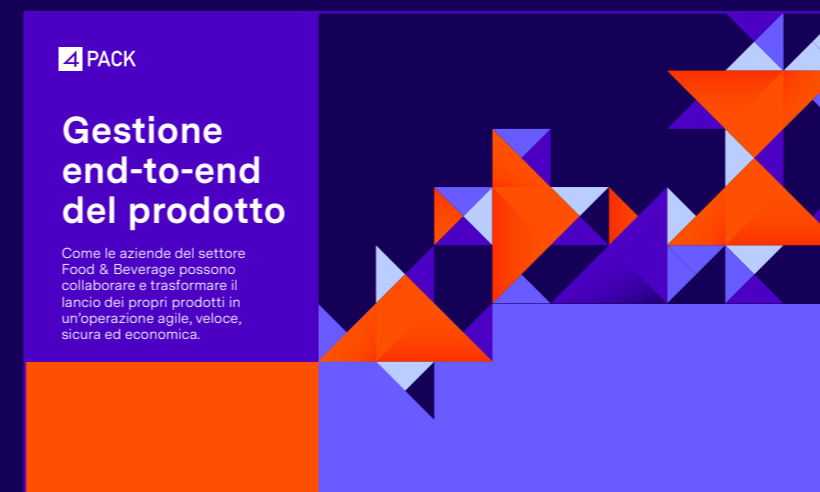
La nostra cloud-based end-to-end product management solution per il settore Food & Beverage, ha cambiato completamente il modo in cui i nostri clienti approcciano il loro processo di sviluppo del prodotto.

Abbiamo aiutato decine di aziende a trasformare i loro processi di gestione dei prodotti, da irregolari e discontinui, in flussi di lavoro fluidi e ben orchestrati.

Ci piacerebbe cambiare il gioco anche per te.

Mettiti in contatto con

Moira Fadini a moira.fadini@4-flying.com
o Helen Poole a helen.poole@4-pack.co.uk.



P.S. Se questa guida ti è piaciuta, potresti anche leggere il nostro ebook "Gestione end-to-end del prodotto". È una guida per le aziende Food & Beverage che desiderano accelerare e ridimensionare l'innovazione in tutti i loro dipartimenti (NPD, Finanza, Conformità, Imballaggio, ecc.), senza correre rischi o moltiplicare i costi.

[Download now](#) →